金 監 第 ３ ３ ２ 号
令和４年２月 17 日

一般社団法人全国銀行協会　御中

金融庁監督局長
栗田　照久

成年年齢引下げを踏まえた対応について（要請）

民法の改正により、本年４月から成年年齢が 18 歳に引き下げられ、親の同意を得ることなく、有効な貸付けの契約を締結できるようになります。

成年年齢の引下げにより、18 歳、19 歳の若年者（以下「若年者」とする。）が積極的に社会の中で主体的な役割を果たし、社会に大きな活力をもたらすことが期待されます。一方で、若年者が過大な債務を負うことがないよう、預金取扱金融機関においては、若年者に対する消費者向け貸付けを行う場合に特段の配慮をすることが重要です。

こうした中、令和４年１月７日に成年年齢引下げに関する関係閣僚会合（構成員：内閣総理大臣、金融担当大臣等）が開催され、若年者の消費者被害等を防止するための主な施策（別添参照）が報告されました。

つきましては、若年者に対する消費者向け貸付けを行う場合には、経営陣の主導のもと、万全の態勢を構築し、下記の点に適切に取り組んでいただくよう、貴協会会員宛に周知徹底方よろしくお願いいたします。

記

全国銀行協会が令和４年２月 17 日付けで公表した申し合わせ「成年年齢引下げを踏まえた銀行による消費者向け貸付けに係る申し合わせ」を遵守すること。

【全国銀行協会の公表先リンク】

https://www.zenginkyo.or.jp/news/2022/n021702/

以　上

（別添）令和４年１月７日　成年年齢引下げに関する関係閣僚会合　資料

若年者の消費者被害等を防止するための主な施策

◆ 教育 —若者を狙った悪質商法等に対抗するための能力の獲得—

これまでの取組（～2021年12月）

- 新学習指導要領の対象となっていない成年年齢引下げ対象者全員(2020・2021年度入学生)が新学習指導要領に基づく充実した授業を受けられるよう、関係の指導内容を前倒しして指導
- 全国の大学の90%で、消費者問題に関する指導・啓発を実施
- 消費者教育教材「社会への扉」等を活用した授業を、全国の高校の86%で実施（前年度67%）。同教材を活用した教員用研修動画の作成・周知。
- 法教育リーフレット「18歳を迎える君へ」を全国の高校２・３年生全員に配布（計350万部）
- 金融リテラシー教育を延べ25,000人以上に実施

施行までの取組（2022年１月～2022年３月）

- 高校等において新学習指導要領（2022年4月～）に基づき新しい科目（公共）や内容を充実した家庭科において消費者被害の防止や救済に関する理解を深める教育などがなされるよう、学校現場への更なる周知徹底
- 大学に対して、新入生ガイダンスなどにおける周知を含め、特に2022年度新たに成年となる学生に対する指導・啓発の徹底について改めて依頼し、あわせて学内教職員等の消費者被害の防止に関する意識醸成を図る
- 消費者教育教材「社会への扉」等を活用した授業を全国の高校で100%実施するよう、自治体への働き掛け、学校への出前講座等を実施
- 学校等の要請に応え、法教育リーフレット「18歳を迎える君へ」を追加配布
- 新高校学習指導要領（2022年4月～）における金融教育の拡充を踏まえ、成年年齢の引下げを含めた家庭科指導教材を作成し、教員による授業や金融庁職員による出張授業で活用
- 成年年齢引下げに関するパンフレット等を全国の学習塾においても配布

施行後の取組（2022年４月～）

- 新しい科目（公共）や内容を充実した家庭科の新しい教科書により、一層教育が充実
- 大学において、特に新たに成年となる学生に対し、消費者被害の防止に向けた指導等を実施
- 実践的な消費者教育が実施されるよう取組を継続。教員研修の更なる充実の促進
- 法教育リーフレット「18歳を迎える君へ」を全国の高校２年生全員に配布（約130万部）
- 消費者教育フェスタを実施し、教員等への授業の実践方法の共有等を通じて消費者教育の推進を図る
- 成年年齢引下げに関するパンフレット等を全国の学習塾においても配布

◆ 広報・啓発 —若者の注意を喚起するための「プッシュ型広報」—

これまでの取組（～2021年12月）

- 成年年齢引下げ特設ウェブサイト「大人への道しるべ」を制作し、全国の高校・大学等に周知
- 動画「１分でわかる成年年齢」と解説資料を全国の高校・大学等に周知
- 消費者ホットライン「188」のバナー広告を掲出（Google等にバナーを1,000万回以上）
- イベント「TGC teen 2021 Winter」において消費者教育に関する啓発ステージを実施（約21万人視聴）
- ハンドブック「これってあり？～まんが知って役立つ労働法Q&A～」を全国の高校・大学等に配布（2020年度・2021年度に各1.2万か所）

施行までの取組（2022年１月～2022年３月）

- 人気アニメ「東京リベンジャーズ」とタイアップした大規模キャンペーンを実施
  - ・テレビCM：全国39局・２週間放映（東京・大阪で延べ視聴率約800%）
  - ・Web動画：YouTube・Instagram等、若年層・親世代向けに約4,000万imp
  - ・交通広告：Twitterで募集した新成人の決意を載せた大規模広告を渋谷駅に掲出
  - ・インフルエンサーによるキャンペーンの拡散（総フォロワー数100万人以上）
  - ・週刊少年マガジン（週刊発行部数約65万部）：４週にわたり、紙面に広告を掲載
  - ・ポスター：全国の高校、大学、自治体等に3.1万部を配布
- 成年年齢引下げをテーマとするテレビ番組を放映予定（日本テレビ）
- 動画「１分でわかる成年年齢引下げ」のインターネット広告を実施（インターネット広告を活用し、YouTube・Instagram・Twitterで計300万imp）
- 消費者ホットライン「188」を若者に広く知ってもらうための参加型SNSキャンペーンを実施
- 「うんこドリル」のキャラクターを活用したウェブコンテンツを作成し、過剰借入・ヤミ金利用について注意喚起

施行後の取組（2022年４月～）

- 大規模キャンペーンの認知度、理解度等を検証
- 検証結果を踏まえ、リスクへの注意喚起を重点とした更なる広報を展開
- ハンドブック「これってあり？～まんが知って役立つ労働法Q&A～」を全国の高校・大学等に配布（毎年度1.2万か所）
- 関係省庁において「消費者相談ダイヤル」を用意するなど、若年者からの相談対応を強化
- クレジットについて、インフルエンサーを起用したウェブコンテンツを展開

◆ 関係業界への働き掛け —若者との取引の相手方となる事業者へのアプローチ—

これまでの取組（～2021年12月）

- 関係業界への自主的な取組を要請
  - ・貸金業協会において、アンケートを通じて把握した個社の取組の好事例を横展開。また、特設ウェブサイトで啓発を実施。
  - ・日本クレジット協会のアンケート結果を踏まえ、若年者への配慮・情報提供や過剰与信防止への取組を要請。若年者向け特設ウェブサイトにて啓発を実施（約25万アクセス）。
- 「消費者教育全力」キャンペーンに基づき、約80の団体に周知広報の取組を働き掛け
- 悪質事犯の未然防止等に向けた特定商取引法等の改正

施行までの取組・施行後の取組

- 全府省庁から、各所管業界に対し、若年者への適切な配慮を要請し、若年者との契約に当たっての留意事項を通知
- 若年者の利用が多いサービス業界の関係団体等（※）と連携した周知・啓発キャンペーンを実施
  - ※貸金業協会、日本クレジット協会、全国銀行協会、求人メディア事業者等
  - ※貸金業協会において、金融トラブル事例や貸金業協会の特設ウェブサイトを紹介するYouTube広告を実施（約10万アクセス）
  - ※日本クレジット協会の若年者向け特設ウェブサイトで啓発を実施（インターネット広告を活用し、約20万アクセス）
- 貸金業協会における自主ガイドライン（収入の状況を示す書類の確認等）の策定等を行う。クレジット事業者に対しては過剰与信防止の更なる自主的な取組を要請。過剰借入・与信防止の観点から、当局の監督・検査により遵守状況をモニタリング。
- 若年層を標的とした悪質な貸付け、利殖勧誘等に係る事犯の取締り